



# Resultados



# Primer trimestre 2004



Miércoles, 12 de mayo de 2004



# Índice

■ Acontecimientos del primer trimestre	página	3
■ Magnitudes y hechos principales	página	5
■ Reorganización en marcha	página	6
■ RTM	página	7
■ Cigarrillos	página	8
■ Cigarros	página	19
■ Logística	página	27
■ Magnitudes Financieras	página	34
■ Conclusión	página	41
■ Anexos	página	43

## Información sobre la acción y bonos

Acción : Código Isin - ES0177040013 Reuters - ALT.MC (Madrid) ALDS.PA (París) Bloomberg - ALT.SM (Madrid) ALD.SM (París)

Bonos : 5 años - ES017683730 (Reuters) ED147823 / Isin XS0176837309 (Bloomberg)  
10 años - ES017683837 (Reuters) ED147819 / Isin XS0176838372 (Bloomberg)

# Altadis se encuentra ante unos mercados y un entorno difíciles: Ventas económicas +6,5%, Ebitda + 4,1%

- Durante el primer trimestre de 2004, Altadis se ha enfrentado a una notable reacción a los fuertes aumentos de precios en el mercado francés, uno de sus mercados principales de cigarrillos, y a la debilidad de otros mercados de Europa Occidental (caída de los volúmenes totales).
- A pesar de estos acontecimientos y del efecto negativo del tipo de cambio del dólar, las ventas han aumentado un 6,5% hasta € 800 millones, con unas ventas orgánicas de € 762 millones.
- El Ebitda ha obtenido un crecimiento del 4,1% hasta € 233 millones. El Ebitda orgánico ha sido de € 209 millones.
- El beneficio neto ha ascendido a € 84 millones frente a los € 94 millones del primer trimestre de 2003. El beneficio por acción ha sido de 29 céntimos de euro (-8,4%).
- El beneficio neto antes del fondo de comercio ha ascendido a € 120 millones (+3,1%).
- Fuerte generación de flujo de caja libre operativo por importe de € 440 millones.

*Notas: Las cifras orgánicas reflejan la evolución a perímetro y moneda constante*

*Beneficio neto antes del fondo de comercio: beneficio neto + amortización del fondo de comercio*

# 1er trimestre: fuerte reacción a corto plazo a los precios en Francia, excelente trimestre para cigarrillos

**Total ventas económicas: €800 mn + 6,5% + 1,5% orgánico**

€mn

Cigarrillos

Cigarros

Logística

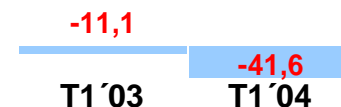
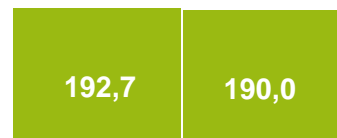
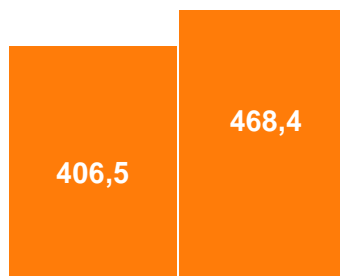
Otros y ajustes

+15,2%

+12,5%

-1,4%

Ventas Económicas



T1'03

T1'04

T1'03

T1'04

T1'03

T1'04

T1'03

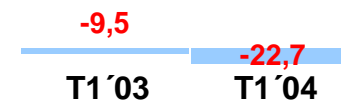
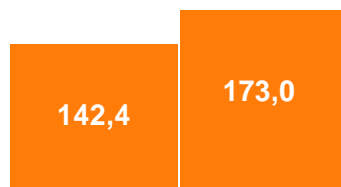
T1'04

+21,5%

+2,5%

-16,8%

Ebitda



T1'03

T1'04

T1'03

T1'04

T1'03

T1'04

T1'03

T1'04

**Total Ebitda: €233 mn +4,1% -6,7% orgánico**

Notas: Las cifras orgánicas son a perímetro y moneda constante

Otros y ajustes registran, fundamentalmente, la eliminación de operaciones entre unidades de negocio

# Magnitudes y hechos principales

	Cigarrillos	Cigarros	Logística
<b>Posición en el Mercado</b>	Nº 3 en Europa Occ. Nº 1 en España Nº 2 en Francia Nº 4 en Alemania Nº 1 en Marruecos	Nº 1 Mundial Nº 1 en EE.UU. Nº 1 en España Nº 1 en Francia	163.000 puntos de venta en Europa Occidental y Marruecos
<b>Volumen</b>	27.9 bn de cigarrillos <sup>(1)</sup>	853 mn de cigarros	€1.833 mn <sup>(2)</sup>
<b>Ventas Económicas (variación)</b>	€468 mn (+15,2%)	€184 mn (+12,5%)	€190 mn (-1,4%)

## 1er trimestre de 2004

<b>Grupo (variación)</b>	<b>Ventas Económicas</b>	€ 800 mn	(+6,5%)
	<b>EBITDA</b>	€ 233 mn	(+4,1%)
	<b>Beneficio Neto</b>	€ 84 mn	(-10,3%)
	<b>Beneficio neto antes del fondo de comercio <sup>(3)</sup></b>	€ 120 mn	(+3,1%)

**Plantilla (31/3/04)**

**25.239**

(1) Incluye 1,7 bn de marcas concedidas bajo licencia a terceros

Nota: Cigarrillos y Logística incluyen RTM

(2) Ventas netas de Logística

(3) Beneficio neto antes del fondo de comercio: beneficio neto + amortización del fondo de comercio

**bn = mil millones**

# Reorganización europea en marcha

- El último proceso de reorganización, anunciado el pasado mes de julio, será aplicado en Europa en 2004 y, sobre todo, en 2005.
- El cese de actividad propuesto (9 dependencias) dará lugar a una reducción estimada de 1.276 puestos de trabajo.
- El coste total estimado asociado a este proceso ascenderá a alrededor de 240 millones de euros, contabilizados en su totalidad en 2003.
- Los ahorros anuales recurrentes serán superiores a 70 millones de euros, que se irían obteniendo progresivamente hasta el año 2006. Los ahorros de costes beneficiarían a todas las unidades de negocio: Cigarrillos (aproximadamente un 75% del total), Cigarros (aproximadamente un 20%) y Logística (aproximadamente un 5%).
- El proceso de consulta en Francia ha finalizado, El plan ha sido llevado a juicio por el Comité de Trabajadores y se espera una sentencia en el transcurso del mes de junio. Las negociaciones en España son ahora más intensas.

# Régie des Tabacs du Maroc (RTM)

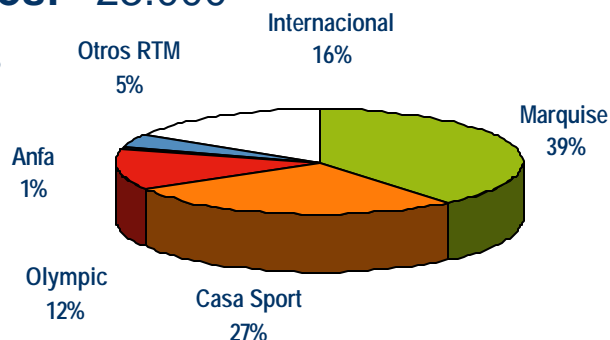
## Actividades

**Año Completo 2003**

**Volumen del mercado:** 14,2 bn uds.

**Estancos:** 23.000

**Marcas**



	Volumen (bn uds.)	Var. T1'04-T1'03	Cuota de Mercado
<b>Rubio Local</b>	1,7	+22,6%	49%
<b>Negro Local</b>	1,3	-17,8%	36%
<b>RTM</b>	<b>3,0</b>	<b>+1,6%</b>	<b>85%</b>
<b>Internacional</b>	0,5	-8,9%	15%
<b>Mercado Total</b>	<b>3,5</b>	<b>-0,1%</b>	<b>100%</b>

## Magnitudes Financieras

**Magnitudes principales 1T'04**

<i>mn</i>	<b>Euro</b>	<b>Dirham</b>
<b>Ventas económicas:</b>	54,3	594
<b>Ebitda:</b>	28,5	331

**Sinergias previstas**

2005: € 18 mn

2008: € 25 mn

- RTM tiene el monopolio de la distribución e importación hasta el 1 de enero de 2008.
- El plan de bajas voluntarias, iniciado en enero, dará lugar a una reducción superior a 800 personas (1/3 de la plantilla), con unos ahorros previstos de €10 mn.

# CIGARRILLOS\*

Marcas principales  
Internacionalización  
Capacidad de  
incrementar precios



Margen de Ebitda: 36,9% de las ventas económicas  
(+1,9 puntos)



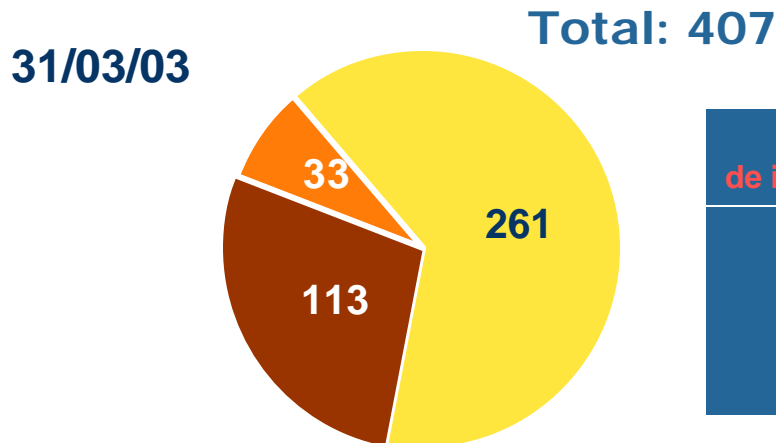
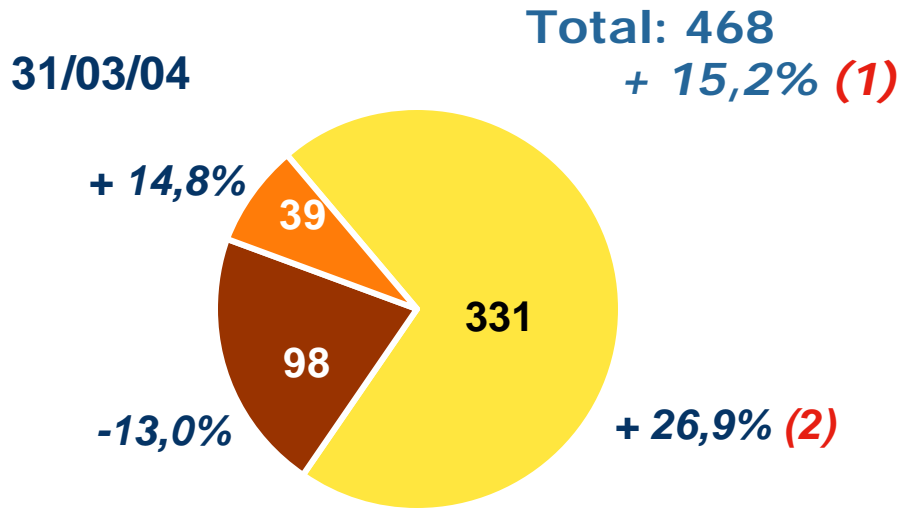
*\* Incluye los resultados de la División de Cigarrillos de RTM*

# Cigarrillos: estrategia de internacionalización

- Capitalización de las dos marcas principales del Grupo, Gauloises Blondes y Fortuna, cuyas ventas son de aproximadamente 20,000 millones de cigarrillos al año cada una.
- Globalización de Gauloises Blondes en el segmento *sub-premium*.
- Desarrollo regional de Fortuna en el segmento medio-bajo (España, Francia, Italia, Portugal).
- Uso táctico de marcas locales fuertes, bien localmente, bien en un segmento específico (News, Nobel, Fox, Spike, Fine, Gitanes, Marquise,...).
- Estrategia de rentabilización « cash cow » de los cigarrillos negros (Gauloises Brunnes, Ducados, Olympic, Casa Sport).

# Cigarrillos: impulsados por los € 42 millones de ventas de RTM

## Segmentos (€mn) y Variación

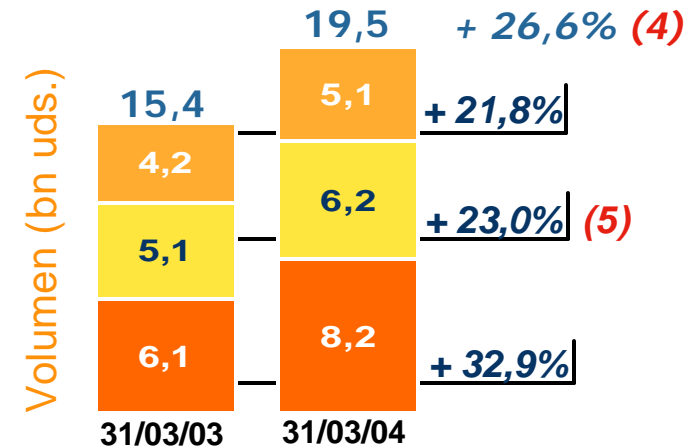
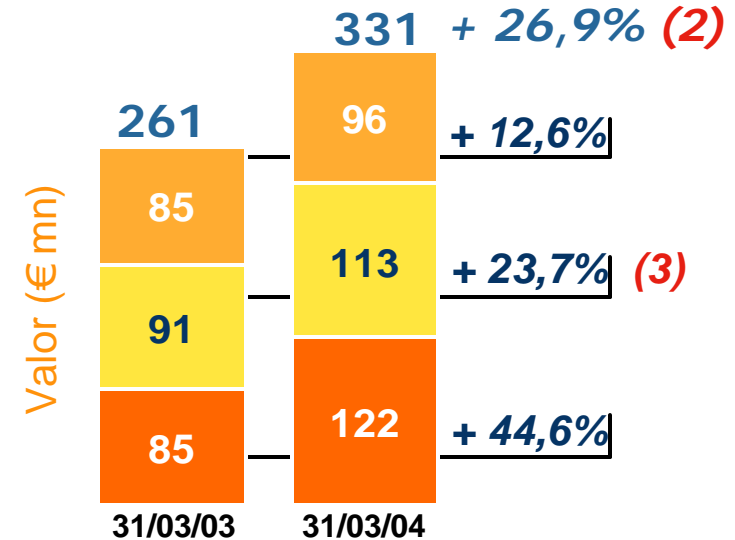


**Variación a nivel de inventarios constante**

(1)	+ 9,4%
(2)	+ 17,8%
(3)	+ 4,1%
(4)	+ 18,2%
(5)	+ 3,2%

**Rubio** **Negro**  
**Picaduras (RYO) y otras ventas**

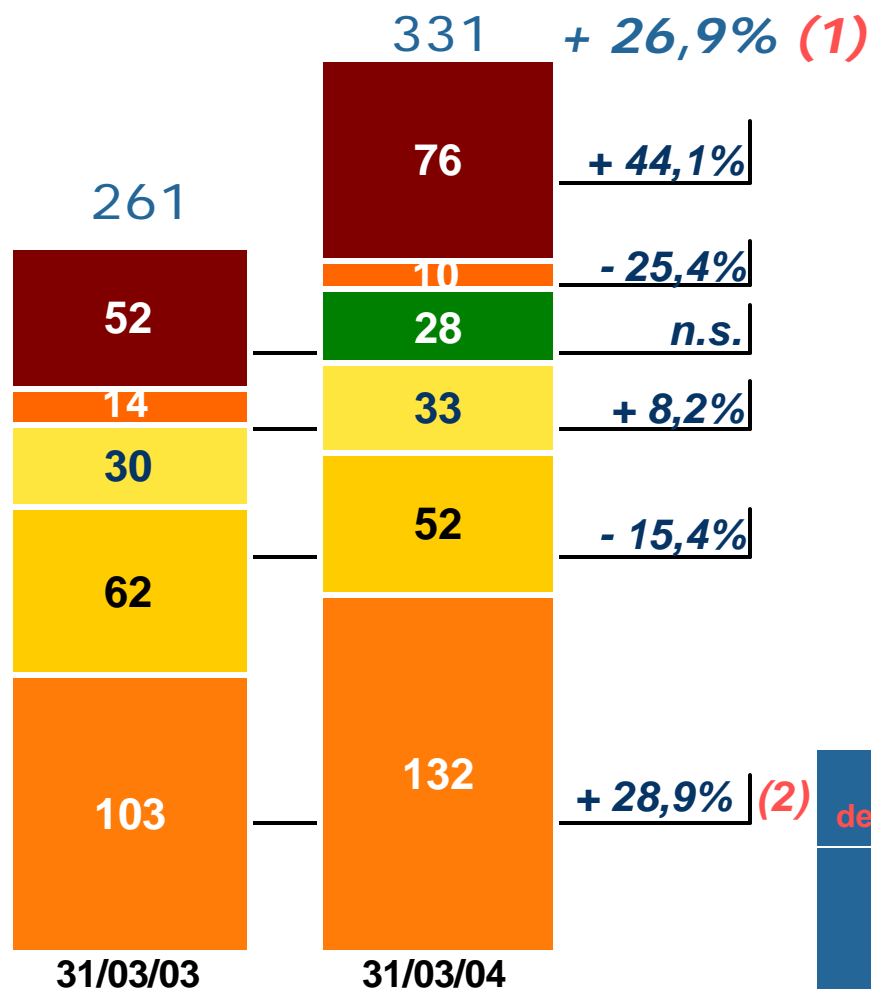
## Principales Marcas (€mn) y Variación



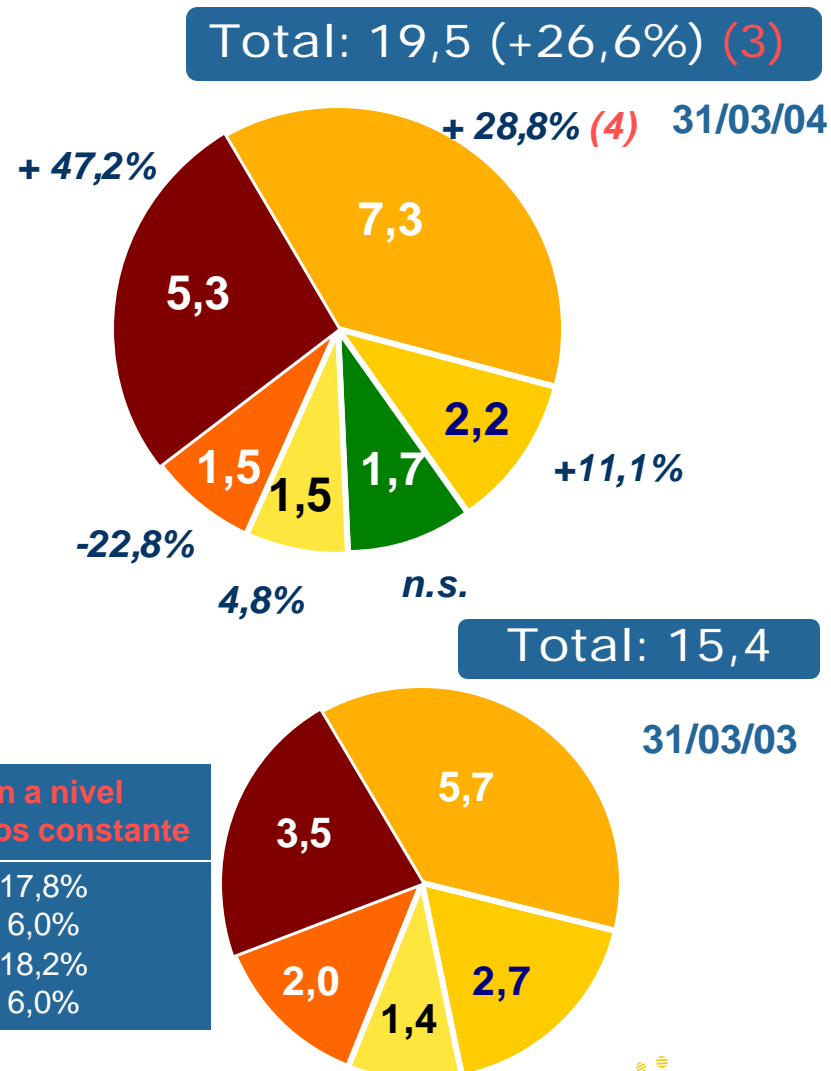
**Gauloises Blondes** **Fortuna**  
**Otros rubios**

# Excelentes ventas internacionales de rubio

## Valor (€mn) y Variación



## Volumen (bn unidades) y Variación



**Variación a nivel de inventarios constante**

- (1) + 17,8%
- (2) + 6,0%
- (3) + 18,2%
- (4) + 6,0%

# Buena evolución de la cuota de rubio en la mayoría de los mercados

(Volumen en bn de unidades)	T1'03	T1'04	Variación
<b>España*</b>			
<b>Volumen</b>	<b>4,9</b>	<b>5,2</b>	<b>+5,4%</b>
<b>Cuota de mercado</b>	<b>28,6%</b>	<b>28,8%</b>	<b>+0,2</b>
<b>Francia*</b>			
<b>Volumen</b>	<b>2,7</b>	<b>2,1</b>	<b>-20,3%</b>
<b>Cuota de mercado</b>	<b>18,5%</b>	<b>19,0%</b>	<b>+0,5</b>
<b>Alemania</b>			
<b>Volumen</b>	<b>1,5</b>	<b>1,5</b>	<b>+5,0%</b>
<b>Cuota de mercado</b>	<b>5,0%</b>	<b>5,4%</b>	<b>+0,4</b>
<b>Italia</b>			
<b>Volumen</b>	<b>0,5</b>	<b>0,5</b>	<b>+12,7%</b>
<b>Cuota de mercado</b>	<b>1,9%</b>	<b>2,2%</b>	<b>+0,3</b>
<b>Austria</b>			
<b>Volumen</b>	<b>0,2</b>	<b>0,3</b>	<b>+17,5%</b>
<b>Cuota de mercado</b>	<b>7,8%</b>	<b>8,2%</b>	<b>+0,4</b>
<b>Polonia</b>			
<b>Volumen</b>	<b>2,0</b>	<b>1,5</b>	<b>-22,8%</b>
<b>Cuota de mercado</b>	<b>12,3%</b>	<b>9,6%</b>	<b>-2,7</b>
<b>Bélgica y Luxemburgo</b>			
<b>Volumen</b>	<b>0,2</b>	<b>0,2</b>	<b>+24,4%</b>
<b>Cuota de mercado</b>	<b>3,9%</b>	<b>5,1%</b>	<b>+1,2</b>

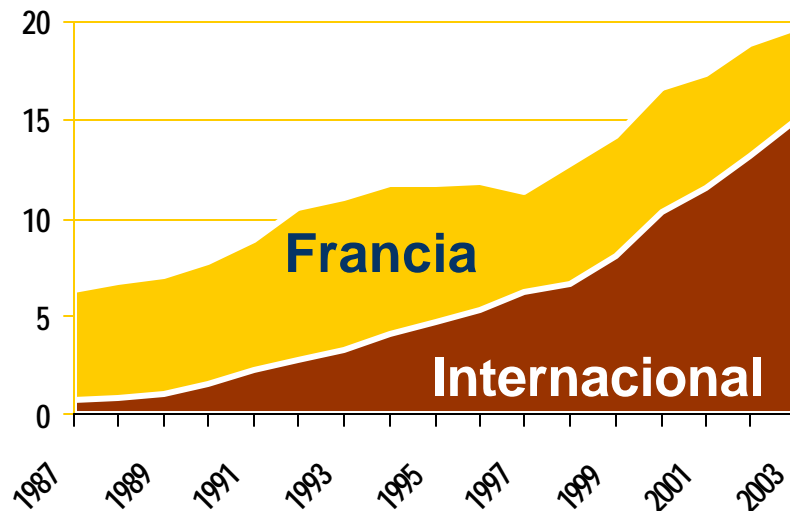
\* Las cuotas de mercado pueden diferir de las ventas facturadas al distribuidor

# Gauloises Blondes: una marca internacional estratégica

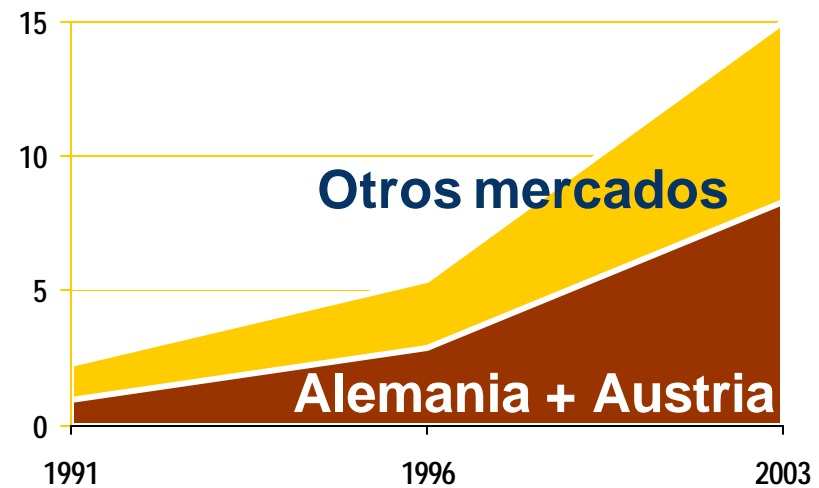


- Reconocimiento inmediato y amplio, fuerza diferenciadora del nombre de la marca
- Logotipo que simboliza la libertad junto con el valor y la independencia
- « Liberté toujours » (libertad para siempre) como fundamento de la marca
- Precio nivel sub-premium
- Diseño que busca la estética y originalidad
- El objetivo prioritario son mercados maduros donde el *mix* de la marca tiene un mayor atractivo
- Estrategia de comunicación coherente

Gauloises Blondes en el mundo  
(bn unidades)



Gauloises Blondes fuera de Francia  
(bn unidades)



# Ventas internacionales de Gauloises Blondes: +35,7% en volumen

(Volumen en mn unidades)  
(Ventas en €mn)

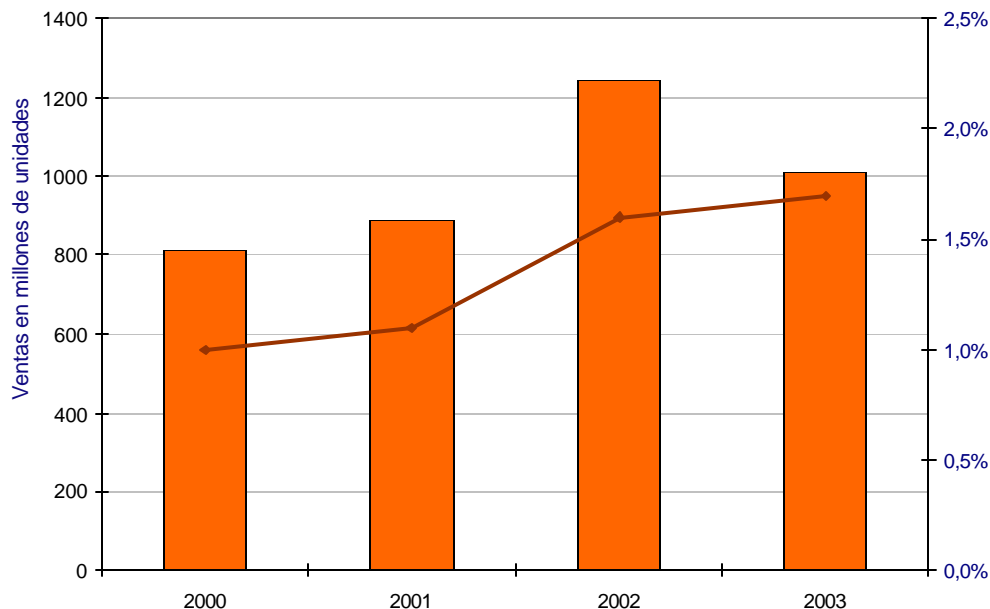
	T1'01	T1'02	T1'03	T1'04	Var. % 04-03	TAM (04-01)
<b>Alemania</b>						
<i>Volumen</i>	1.419	1.491	1.422	1.494	5,0%	1,7%
<i>Ventas</i>	31,0	31,1	30,0	32,4	8,0%	1,5%
<b>Otros países europeos</b>						
<i>Volumen</i>	849	758	1.077	1.090	1,2%	8,7%
<i>Ventas</i>	13,1	12,2	17,5	20,2	15,5%	15,5%
<b>Oriente Próximo</b>						
<i>Volumen</i>	47	58	314	1.134	x3,6	n.s.
<i>Ventas</i>	0,7	0,9	4,2	12,7	x3,0	n.s.
<b>Resto del mundo</b>						
<i>Volumen</i>	527	180	412	657	59,5%	7,6%
<i>Ventas</i>	8,1	3,0	5,7	9,2	61,4%	4,3%
<b>Total (sin incluir Francia)</b>						
<i>Volumen</i>	2.842	2.487	3.225	4.375	35,7%	15,5%
<i>Ventas</i>	52,9	47,2	57,4	74,5	29,8%	12,1%

# Fortuna: potencial demostrado para obtener crecimiento regional

- Capitalización de las raíces españolas y latinas: universales y atractivas
- Fuerte potencial frente a otras marcas internacionales con imagen de menor fuerza
- Fuerte potencial frente a marcas locales populares, a menudo mucho menos atractivas
- Precio medio-bajo
- Oferta atractiva de valor añadido a su principal grupo objetivo: 18/25 años, hombre/mujer urbanos

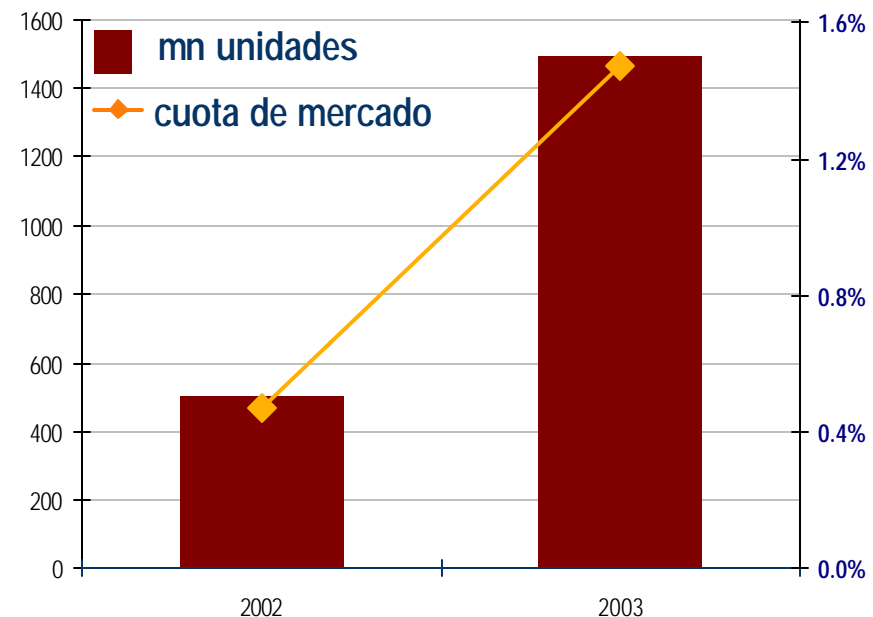
**España: Sólida base inicial – Marca líder con una cuota de mercado del 21,9%**

## Francia: Crecimiento desde 1997



**Cuota de mercado en Francia T1'04: 2,1%**

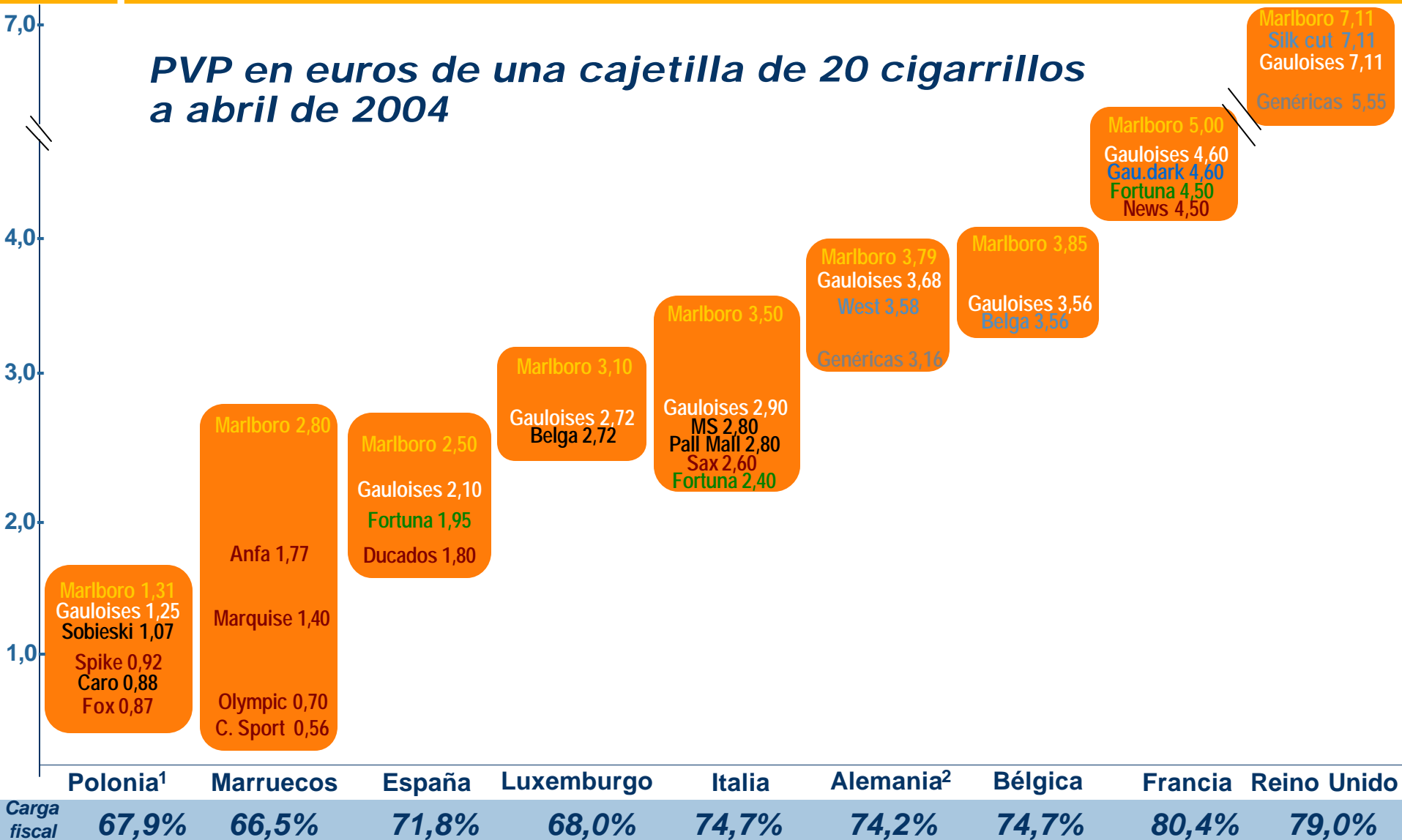
## Italia: Rápido y pronunciado aumento



**Cuota de mercado en Italia T1'04: 1,7%**

# Potencial de subidas de precios para Altadis a pesar del nuevo entorno

**PVP en euros de una cajetilla de 20 cigarrillos a abril de 2004**



**Carga fiscal (impuestos especiales + IVA) de la MPPC (Categoría de Precio Más Vendida)**

<sup>1</sup> PVP para la cajetilla de 20 cigarrillos, Para 25 cigarrillos, los precios son Caro: € 1,10 y Fox: € 1,09 y para 30 cigarrillos, Spike: € 1,38

<sup>2</sup> PVP para la cajetilla de 20 cigarrillos, Para 19 cigarrillos (cajetilla estándar), los precios son € 3,60, € 3,50, € 3,40 y € 3,00, respectivamente

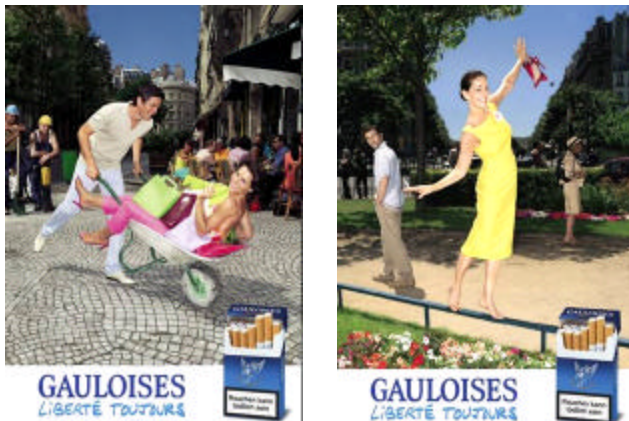
# Algunas de nuestras iniciativas comerciales en el primer trimestre

## Gauloises Blondes

3 nuevas campañas internacionales



Alemania



## Fortuna

Moto GP



Nueva campaña internacional

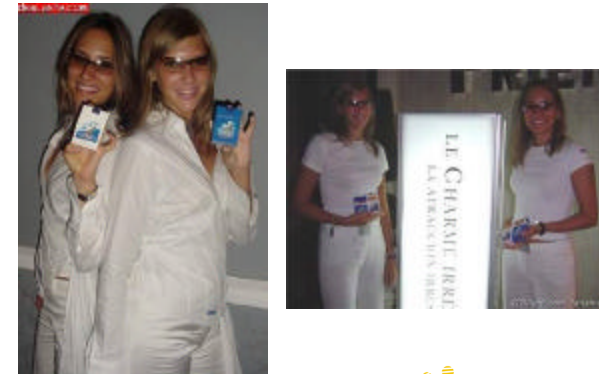


## Gitanes

Nueva gama internacional



Eventos VIP para nuevos lanzamientos



# Algunas de nuestras iniciativas comerciales en el primer trimestre

## ■ **GAULOISES**

- Lanzamiento en Marruecos (finales de marzo 2004)
- Lanzamientos en países balcánicos: Albania, Kosovo (marzo 2004)
- Lanzamiento en Azerbaiyán (marzo 2004)

## ■ **FORTUNA**

- Lanzamiento de estudios de mercado en los principales mercados europeos (Finlandia, Austria, Bélgica, Polonia) y Marruecos para preparar su lanzamiento en 2004

## ■ **GITANES**

- Introducción de la nueva gama internacional (Oriente Próximo y Medio – 10 países) :
  - Mejora del diseño de la gama *Full Flavour*
  - Nueva versión *Mild* (suave)

## ■ **OTRAS MARCAS**

- NEWS: Lanzamiento en Bélgica (marzo 2004)
- BRILLIANT: Lanzamiento en Polonia
- BRILLIANT SUPER SLIM: Lanzamiento en Albania y Georgia

## ■ **PATROCINIOS**

- Valentino Rossi patrocinado por el equipo GAULOISES-Yamaha Team ganó el primer GP de la temporada 2004, en Sudáfrica, el pasado mes de abril

# CIGARROS

Liderazgo mundial  
Crecimiento del  
Ebitda del 20,2%  
excluyendo el  
impacto del dólar

Margen de Ebitda: 20,4% de las ventas económicas  
(-2,0 puntos)

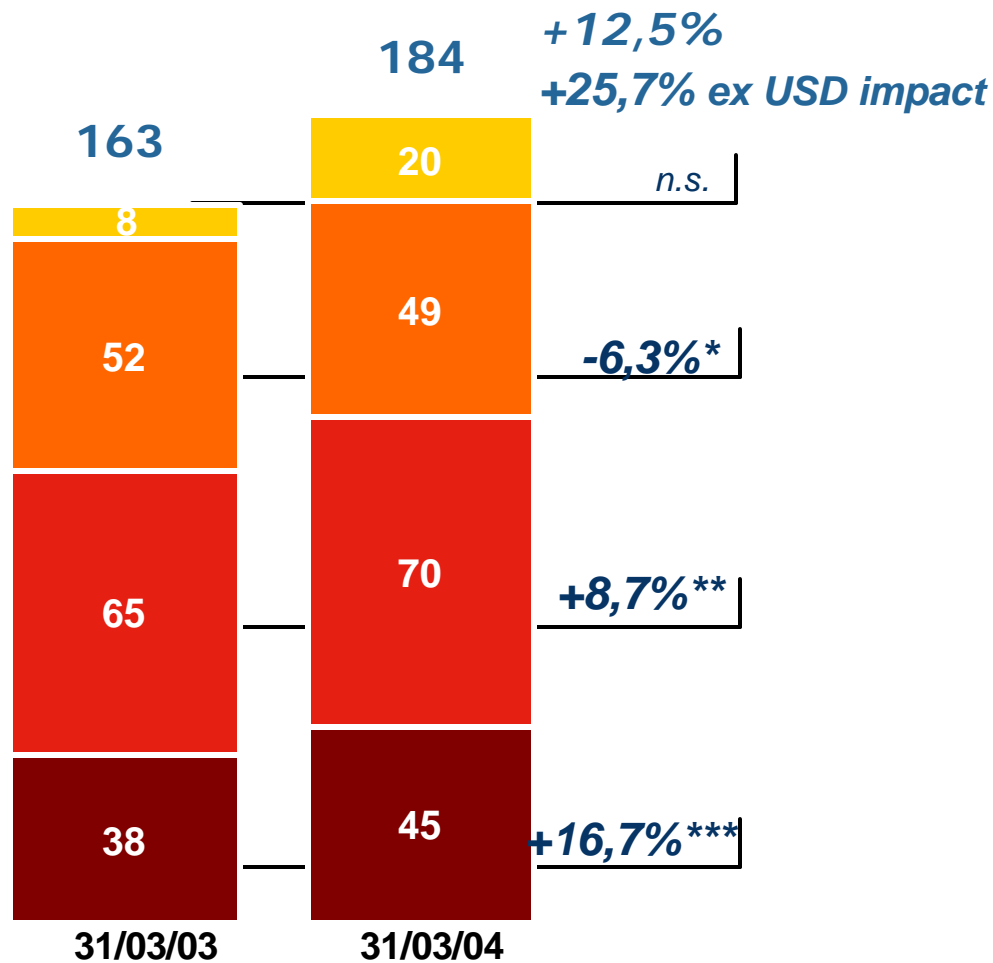


# Cigarros: estrategia de liderazgo mundial

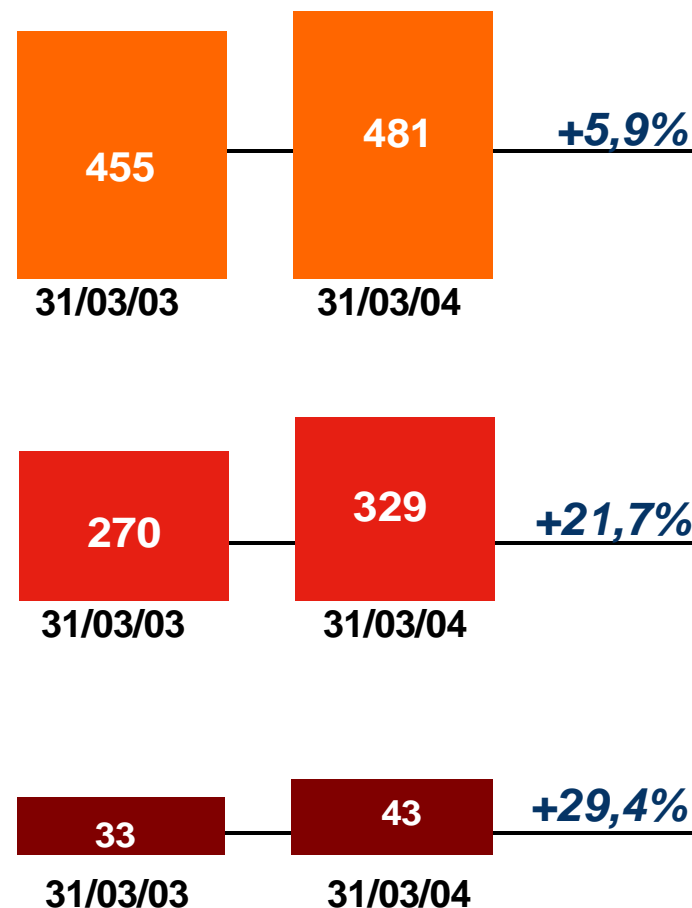
- Reforzar el liderazgo en los EE.UU., con productos innovadores.
- Aumentar ventas y márgenes en Habanos mediante la mejora continua de la cartera de productos y la internacionalización de las marcas de cigarros cubanos.
- Asegurar las cuotas de mercado y mejorar la rentabilidad en los mercados domésticos (España y Francia).
- Convertir las exportaciones en un importante factor de crecimiento.

# Cigarros: fuerte crecimiento de las ventas

Valor (€mn) y Variación



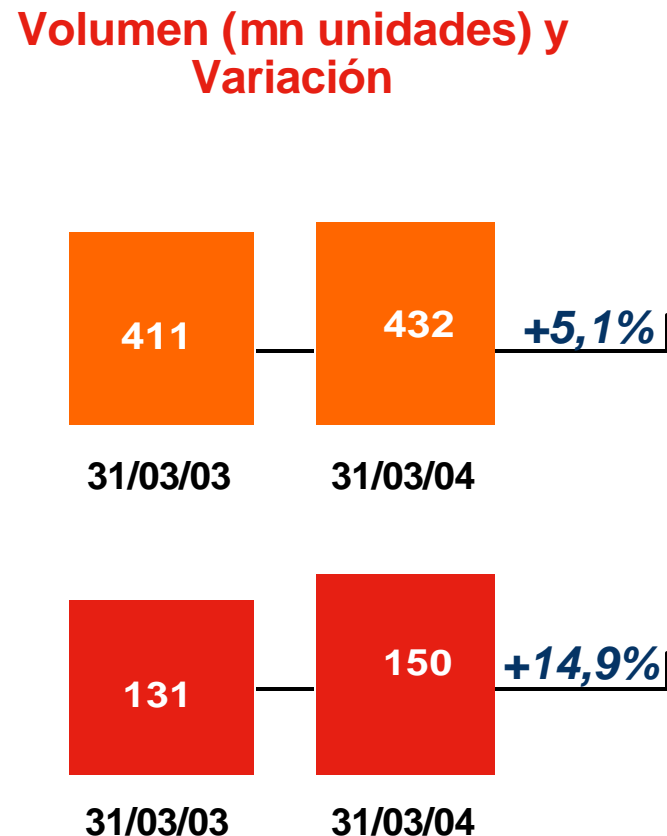
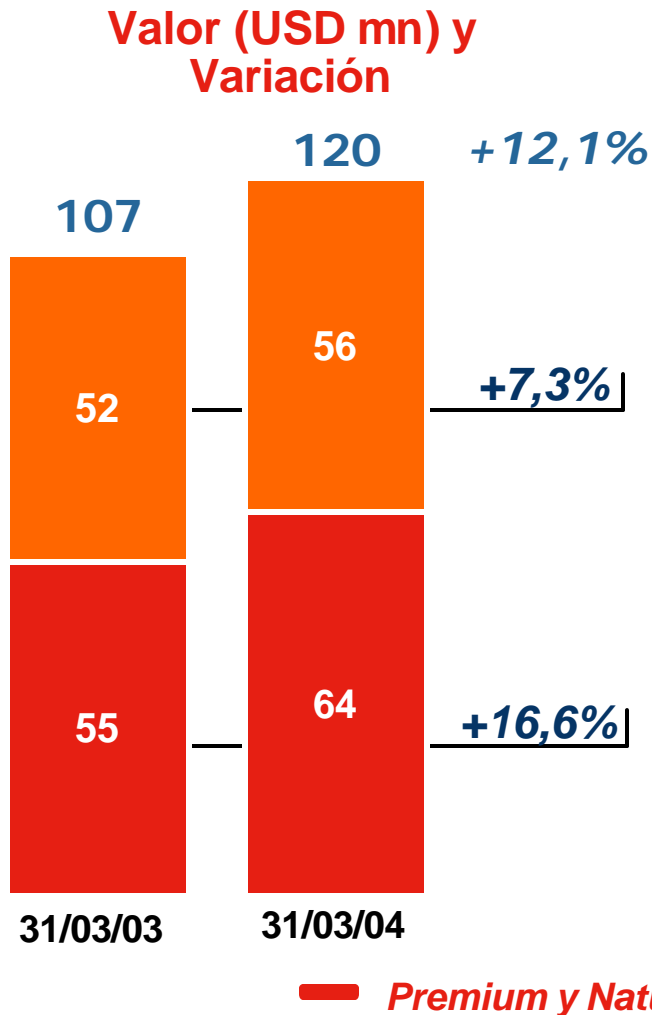
Volumen (mn unidades) y Variación



Premium y Habanos (50%)
  Natural
  Mass (Popular + Little)
  Otras ventas

Excluyendo el impacto del dólar, respectivamente: \* +8,0%, \*\* +19,7% y \*\*\* +33,7%

# EE.UU.: excepcional crecimiento de las ventas del +12,1% en dólares



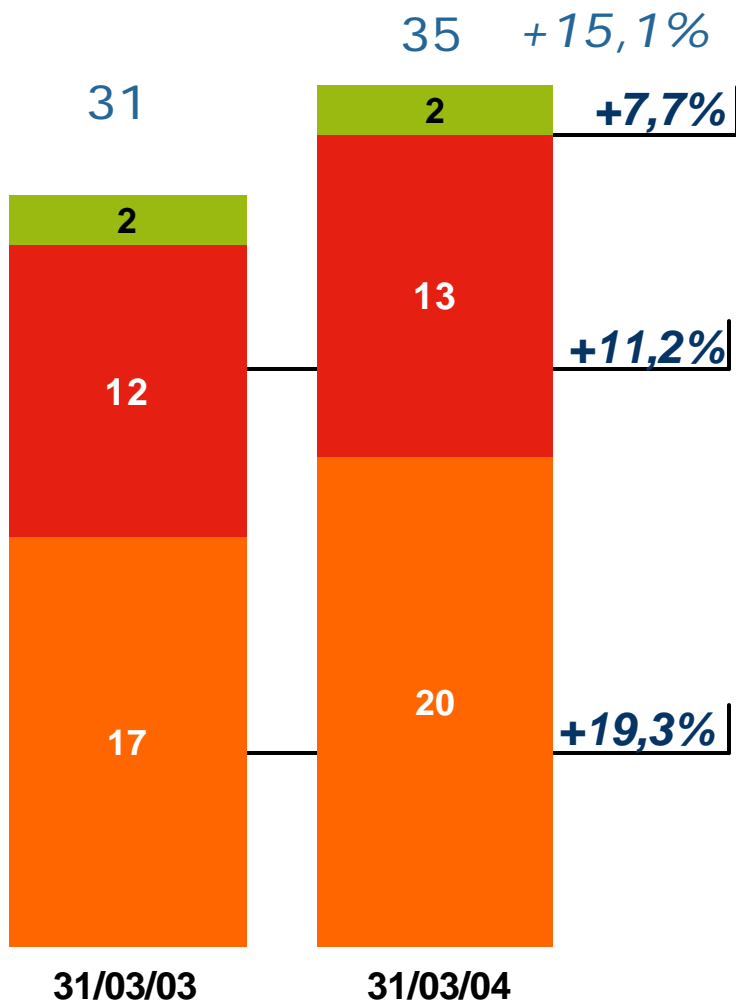
**MARCA PHILLIES (cigarros con sabores) en T1'04**  
 Crecimiento en volumen +13%      69% de las ventas del segmento *popular* de Altadis

# Cigarros cubanos: éxito de la estrategia

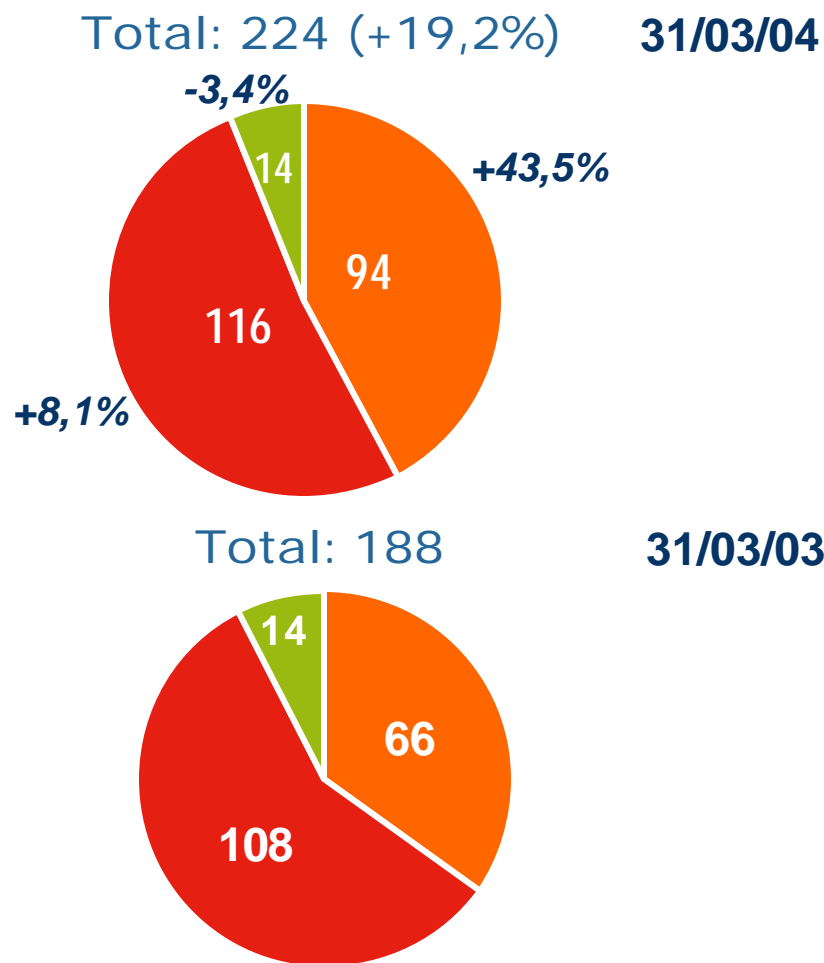
- Las ventas de cigarros cubanos han aumentado hasta €28 millones, reflejando la importante recuperación del mercado y cierta acumulación de inventarios por parte de algunos distribuidores.
- Los factores de crecimiento más significativos han sido los precios y el efecto de los cambios en el *mix* de productos.
- Política comercial activa, propia de productos de lujo, ampliando líneas con ediciones limitadas, reservas especiales, cigarros “vintage”.

# Europa: crecimiento significativo de las ventas del +15,1%

Valor (€mn) y Variación



Volumen (mn unidades) y Variación



■ España
 ■ Francia
 ■ Exportaciones

# Algunas de nuestras iniciativas comerciales en el primer trimestre



Cohiba Double Coronas  
Edición Limitada



Campaña de VegaFina  
minis



Phillies Mini Blunt



Festival del Habano



Promoción en  
envases de Farias

# Algunas de nuestras iniciativas comerciales en el primer trimestre

- En EE.UU.:
  - Lanzamiento del nuevo sabor de Phillies Blunt y Phillies Cigarillo: Canela
  - Lanzamiento de Phillies Mini Blunt (dulce, fresa y melocotón)
- Para los cigarros cubanos:
  - VI Festival del Habano
  - Lanzamiento de Cohiba Double Coronas Edición Limitada
- En España:
  - Promociones en envases (Farias Mini, Dux, La Flor de los Caribes)
  - Campaña de publicidad de VegaFina minis
- En Francia:
  - Lanzamiento de la nueva vitola de Fleur de Savane: Robusta

# LOGÍSTICA

Mejora de la eficiencia de las actividades vinculadas al tabaco e importante crecimiento de la logística general



Margen de Ebitda: 23,7% de las ventas económicas  
(-4,4 puntos)



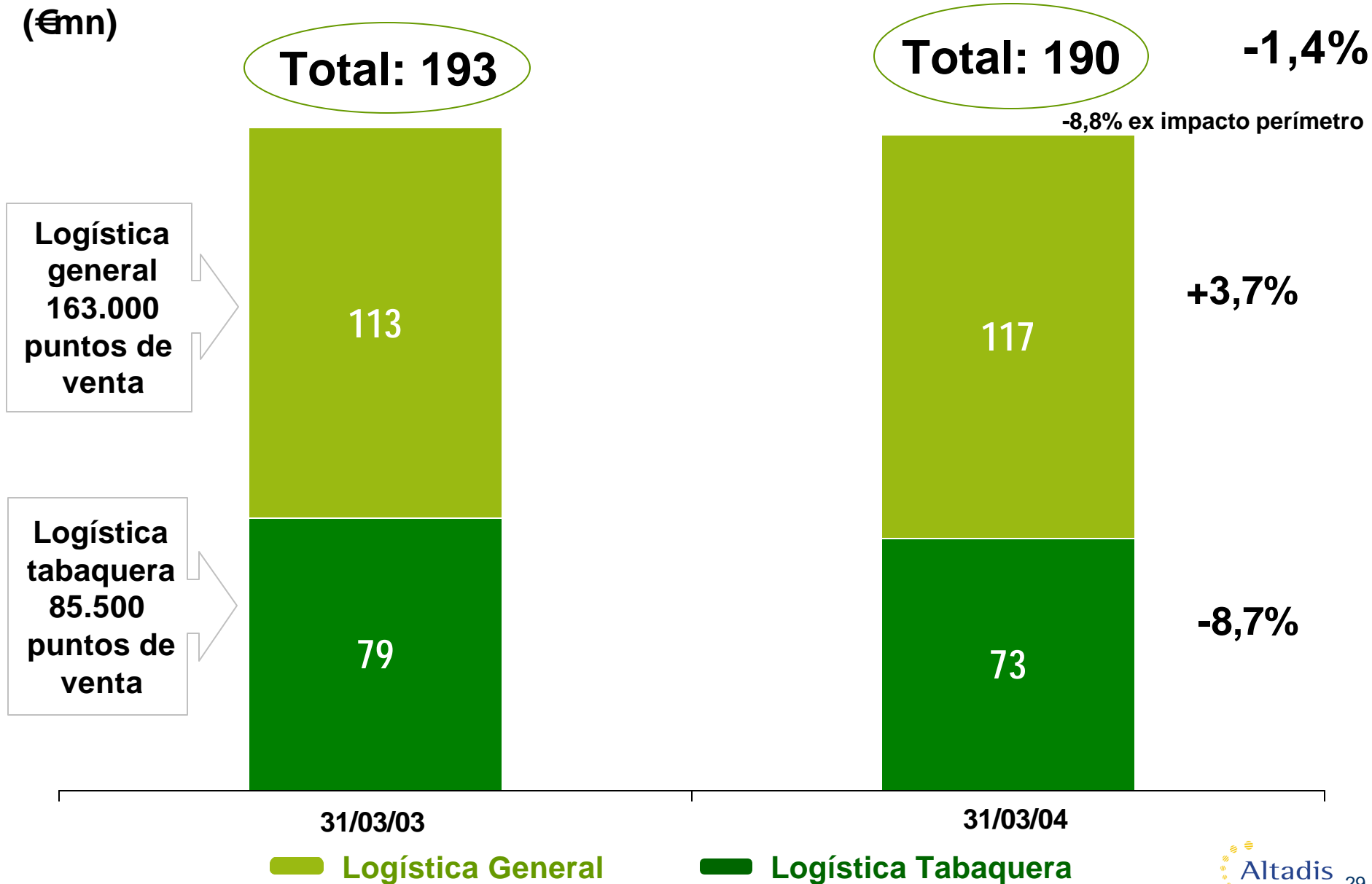
*\* Incluye los resultados de la División Logística de RTM*

# Estrategia de Logística: aplicación de una especialización única a nuevos campos

- Mantener el liderazgo en la distribución de productos tabaqueros en España y Francia a la vez que se optimizan costes.
- Mayor desarrollo de la especialización aplicada con éxito a la Logística General.
- Concentrarse en servicios logísticos para nichos de mercado con elevados márgenes.
- Optimizar los medios operativos.

# Logística: ventas económicas

(€mn)



# Logística Tabaquera: impacto del mercado francés

Número de puntos de venta

85.500

Ventas económicas (€mn)

31/03/03

31/03/04

Variación

España y Portugal

36,2

34,0

-6,0%

Francia

44,9

26,2

-41,6%

Marruecos

-

12,7

n.s.

Eliminaciones

-1,7

-0,4

n.s.

**TOTAL**

**79,4**

**72,5**

**-8,7%**

# Logística general: Crecimiento de las ventas del +3,7%

Número de puntos de venta

163.000

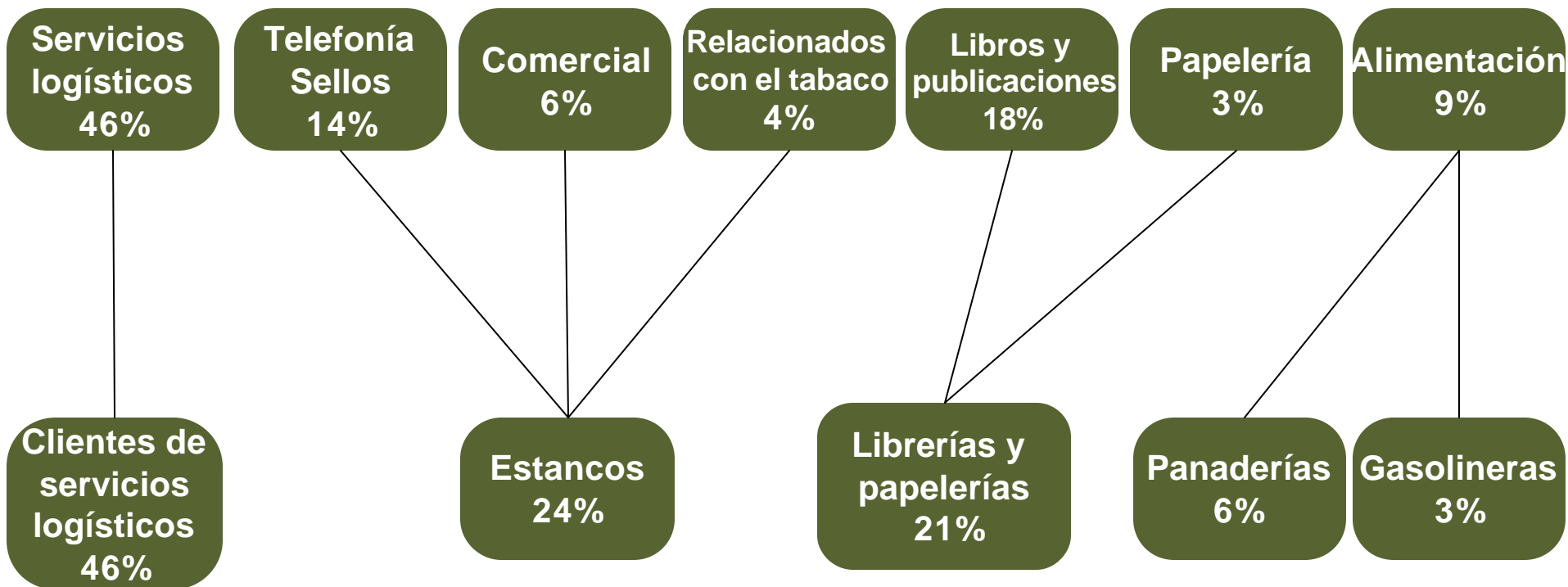
<i>Ventas económicas (€mn)</i>	31/03/03	31/03/04	Variación
España y Portugal	73,5	80,7	+9,8%
Francia	39,8	36,8	-7,5%
<b>TOTAL*</b>	<b>113,3</b>	<b>117,5</b>	<b>+3,7%</b>

\* Las ventas de Logística General de Marruecos no son significativas

# Logística General: productos y canales variados y complementarios

*Porcentajes sobre el total de ventas económicas de la Logística General (no tabaquera) del primer trimestre de 2004*

## LÍNEAS DE PRODUCTOS



## CANALES

# Algunas de nuestras iniciativas comerciales en el primer trimestre

- Inicio de actividades de la plataforma farmacéutica de Madrid, con 3 nuevos clientes.
- Renovación del contrato de distribución con Imperial Tobacco, hasta el año 2006 en España y extensión de las actividades a Portugal.
- Comienzo de la distribución a las tiendas de las gasolineras Total en Portugal desde enero.

\* \* \* \* \*

- Adquisición de LPM Promoderm, compañía especializada en servicios a estanqueros (expositores y asesoramiento comercial).



# MAGNITUDES FINANCIERAS

# Cómo hemos mejorado nuestra rentabilidad en el primer trimestre de 2004

T1'03 vs T1'04

(€mn)

**Ventas económicas: +49**

Crecimiento orgánico: +11

Perímetro: +66

Tipo de cambio: -28

Otros: 0

- Crecimiento de volúmenes internacionales, excelente evolución de las ventas de Cigarros y caída de los volúmenes en Francia
- RTM y 800 JR Cigars
- Evolución desfavorable del tipo de cambio del dólar

■ Volúmenes en Francia

Crecimiento orgánico: -15

■ RTM

Reestructuración y Sinergias: +1

■ RTM y 800 JR Cigars

Perímetro: +32

■ Evolución desfavorable del tipo de cambio del dólar

Tipo de cambio: -9

Otros: 0

**Ebitda: +9**

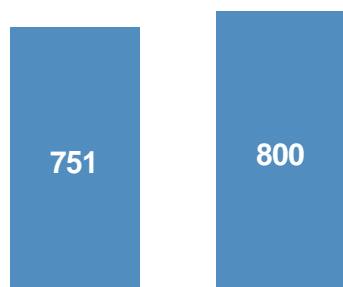
# Margen de Ebitda del 29,1%

T1 '03 vs T1 '04

(€mn)

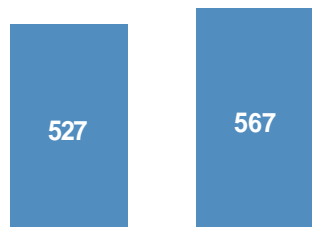
Ventas Económicas

+ 6,5%

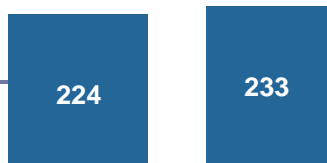


Gastos de Explotación

+ 7,5%



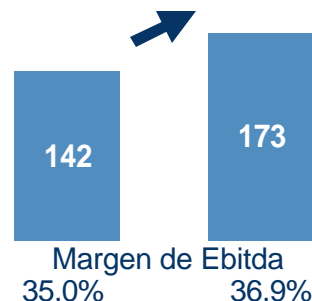
EBITDA  
+ 4,1%



Margen de Ebitda  
29,8%      29,1%

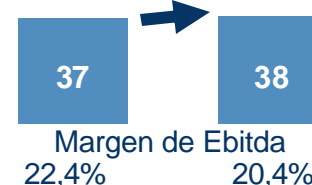
Desglose del EBITDA

Cigarrillos + 21,5%



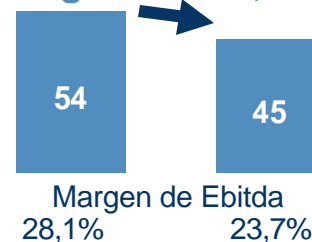
Margen de Ebitda  
35,0%      36,9%

Cigarros + 2,5%  
+ 20,2% ex impacto dólar



Margen de Ebitda  
22,4%      20,4%

Logística - 16,8%



Margen de Ebitda  
28,1%      23,7%

Otros y ajustes  
n/s



Incremento de las ventas del

**15,2% de 407 a 468 millones de euros**  
Incremento del margen de Ebitda de 1,9 puntos

Incremento de las ventas internacionales  
Mejoras de la cuotas de mercado  
Crecimiento de volúmenes de rubio vs. caída de volúmenes de negro  
Volúmenes en Francia  
RTM

Ventas entre unidades de negocio

**Aumento de las ventas del 12,5% (+25,7% ex impacto del dólar), de 163 a 184 millones de euros**

Descenso del margen de Ebitda de 2,0 puntos  
Fuerte aumento de las ventas en EE.UU.  
Impacto negativo del dólar  
Excelente crecimiento de Habanos  
Vuelta al crecimiento en la UE

**Reducción de las ventas del 1,4% de 193 a 190 millones de euros**

Descenso del margen de Ebitda de 4,4 puntos  
Dilución por adquisiciones  
Crecimiento orgánico de la Logística General  
RTM  
Evolución del mercado francés de cigarrillos

**Ventas de -12 a -42 millones de euros**

Eliminación de ventas entre unidades de negocio

# EBITDA: + 4,1% hasta € 233 millones

(€mn)

	T1 '03	T1 '04	Var.***
<i>Ventas económicas</i>	751,3	800,3	+6,5%
<b>EBITDA*</b>	223,7	232,9	+4,1%
<i>EBITA</i>	196,4	198,6	+1,1%
<b>Beneficio de explotación (EBIT)</b>	187,8	187,0	-0,4%
<i>Resultados Financieros</i>	(14,5)	(20,8)	-43,4%
<i>Amortización del Fondo de Comercio</i>	(22,3)	(35,6)	-59,6%
<i>Empresas Asociadas por puesta en equivalencia</i>	6,0	6,4	+6,7%
<i>Resultados extraordinarios</i>	(4,1)	2,3	N/S
<b>Beneficios Antes de Impuestos</b>	152,9	139,3	-8,9%
<i>Impuesto sobre Sociedades</i>	(50,6)	(47,1)	+6,9%
<i>Intereses Minoritarios</i>	(8,4)	(7,9)	+5,9%
<b>Beneficio Neto del Grupo</b>	93,9	84,2	-10,3%
<b>BPA (en céntimos de euro)</b>	32	29	-8,4%
<i>Promedio de acciones (millones)**</i>	293,5	287,3	2,1% reducción
<b>Beneficio Neto antes del Fondo de Comercio****</b>	116,2	119,8	+3,1%

\* Ebitda: Ebit + depreciación y amortización de marcas y otros activos inmateriales

\*\* Promedio de acciones = promedio de (total de acciones – acciones propias)

\*\*\* El signo + indica una evolución positiva y el signo - una evolución negativa

\*\*\*\* Beneficio neto antes del fondo de comercio: beneficio neto + amortización del fondo de comercio

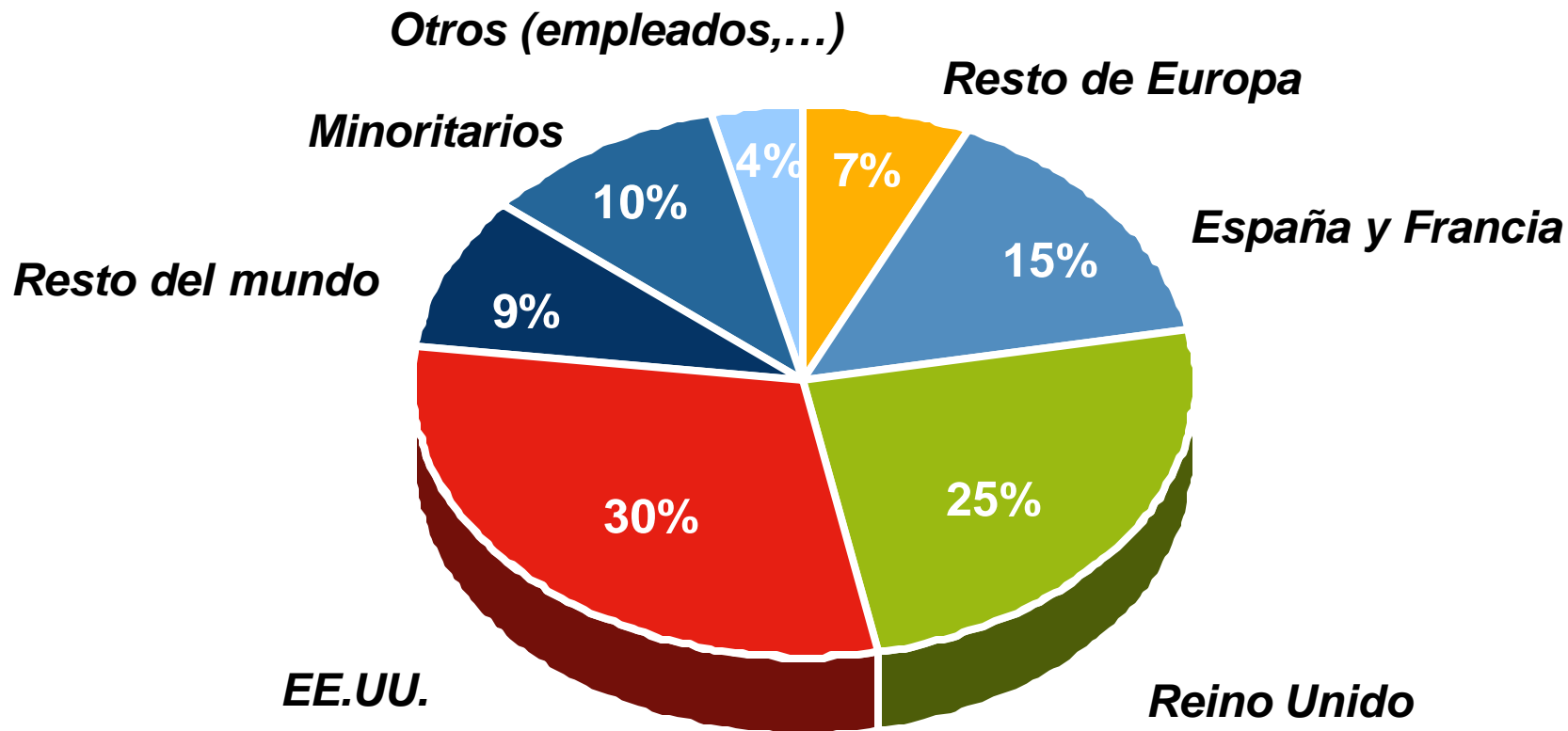


# Un flujo de caja alto y recurrente: flujo de caja libre operativo de € 440 millones en T1 '04

	(€mn)	T1 '03	T1 '04
<i>Ebitda</i>		224	233
<i>Diferencias de conversión + Variación fondo de maniobra</i>		28	283
<i>Flujo operativo (Ebitda + Dif. de conversión + Var. fondo de maniobra)</i>		252	516
<i>Pago por impuesto de sociedades</i>		(42)	(51)
<i>Pagos por reestructuración y otros pagos extraordinarios</i>		(8)	(13)
<b>Flujo de caja de las actividades ordinarias</b>		<b>202</b>	<b>452</b>
<i>CAPEX</i>		(18)	(25)
<i>Crédito a los estanqueros</i>		(32)	-
<i>Adquisiciones e inversiones financieras</i>		-	(11)
<i>Ingresos por desinversiones</i>		2	2
<i>Flujo de caja de las actividades de inversión</i>		(48)	(34)
<i>Pagos por los intereses financieros</i>		(10)	(21)
<i>Dividendos netos</i>		(85)	(103)
<i>Compra de acciones (de compañías del Grupo)</i>		(88)	(59)
<i>Flujo de caja de las actividades de financiación</i>		(183)	(183)
<b>Cambio neto en caja y equivalentes</b>		<b>(29)</b>	<b>(235)</b>
<b>Posición financiera neta inicial</b>		<b>(1.086)</b>	<b>(2.036)</b>
<i>Deuda/caja neta de compañías adquiridas/vendidas</i>		-	26
<i>Cambio neto de caja</i>		(29)	235
<i>Impacto por fluctuación del tipo de cambio en la deuda bancaria y adquirida</i>		6	2
<b>Posición financiera neta final</b>		<b>(1.109)</b>	<b>(1.773)</b>
<b>Flujo de caja libre operativo*</b>		<b>160</b>	<b>440</b>

\* Flujo de caja libre operativo = flujo operativo – pago por impuesto de sociedades – CAPEX – crédito a los estanqueros

# Un accionariado internacional



- Aproximadamente 100 inversores representan el 85% del accionariado institucional
- Más de 200.000 accionistas minoritarios

*Nota: cifras estimadas*

# CONCLUSIÓN



# Creación de valor para nuestros accionistas

- Potencial de crecimiento, en ventas y resultados.
- Transparencia e información relevante facilitada al mercado.
- Política de dividendos: incrementar regularmente el dividendo por encima del 10% como referencia. En 2004 el dividendo propuesto es de 80 céntimos de euro por acción, 35 céntimos el 23 de marzo y 45 céntimos el 22 de junio, que supone un incremento del 14,3% y un *payout* del 52%.
- Aumento del apalancamiento financiero tras completarse el proceso de adquisición de RTM.
- Recompra y amortización de acciones de compañías del Grupo. En junio de 2003, la Junta General de Accionistas amortizó un 4,9% y autorizó una nueva recompra de otro 5%. Recompra de aproximadamente un 2,5% prevista para antes de junio de 2004 y de un 4% durante el año 2004.
- Potencial para adquisiciones: conocimiento y capacidad financiera para realizar adquisiciones de importancia estratégica y creadoras de valor.



# Anexos



# Anexos

- Calendario Corporativo - Contactos
- Reorganización
- Gobierno corporativo
- Ventas de cigarrillos de Altadis por segmentos y mercados
- Mercados totales de cigarrillos español, francés, alemán y marroquí
- Ventas de cigarrillos negros y picaduras
- Gauloises Blondes y Fortuna en Europa Occidental
- Ventas de cigarros de Altadis por mercados
- El proyecto “pharma”
- Normas internacionales de contabilidad (IFRS)
- Evolución de los fondos propios
- Exposición limitada al tipo de cambio del dólar
- Escasas contingencias no recogidas en el balance
- El riesgo de litigios es limitado
- Datos trimestrales

# Calendario corporativo - Contactos

## CALENDARIO

23 de marzo de 2004	Pago del dividendo a cuenta
Mayo 2004	Informe Anual
15 de junio de 2004	Junta General de Accionistas (Madrid)
16 de junio de 2004	Reunión de Accionistas (París)
22 de junio de 2004 (fecha provisional)	Pago del dividendo complementario
31 de agosto de 2004* (fecha provisional)	Resultados primer semestre 2004
9 de noviembre de 2004 (fecha provisional)	Resultados 9 primeros meses 2004
16 de febrero de 2005 (fecha provisional)	Resultados anuales 2004
10 de mayo de 2005 (fecha provisional)	Resultados primer trimestre 2005

\* fecha actualizada

Periodos de *blackout*: un mes antes de la fecha de publicación de resultados

## CONTACTOS

**Stanislas VRLA**

*Director de Relaciones con Inversores*

Teléfono: 33 1 44 97 62 21

Fax: 33 1 44 97 66 27

E-mail: [stanislas.vrla@altadis.com](mailto:stanislas.vrla@altadis.com)

**Pedro ALONSO DE OZALLA**

*Director Adjunto de Relaciones con Inversores*

Teléfono: 34 91 360 92 47

Fax: 34 91 360 92 91

E-mail: [paozalla@altadis.com](mailto:paozalla@altadis.com)

# Situación actual y después de la reorganización



Fábricas de cigarrillos	7 a 4
Fábricas de cigarros	4 a 2
Fábricas de tabaco de pipa y picaduras	1
Fábricas de procesado de tabaco	4 a 3

*Nota: los mapas no muestran el cierre propuesto de otras 3 dependencias (logística y unidades técnicas)*

# Gobierno corporativo

- Desde la creación de Altadis y actualizado el 7 de mayo de 2003, para recoger las últimas recomendaciones
  - Comisión de Auditoría y Control
  - Comisión de Nombramientos y Retribuciones
  - Código ético de conducta interno
- Auditores:
  - Altadis, Altadis USA y Logista: Deloitte & Touche
  - Seita: Deloitte & Touche y BFA (Ernst and Young)
- Se auditan las cuentas anuales y se revisan las semestrales
- Calificación financiera por Standard & Poor's: A- (*perspectiva negativa*) y Moody's: Baa1 (*perspectiva estable*)
- IFRS (International Financial Reporting Standards): proyecto de adaptación a las nuevas normas contables efectivo a partir del 31 de diciembre de 2004
- El informe sobre Gobierno Corporativo se emitirá en mayo y estará incluido en el Informe Anual de 2003

# Ventas de cigarrillos de Altadis por segmentos y mercados

31/03/03 31/03/04 Var. %

## VENTAS POR SEGMENTOS (bn unidades)

Rubio	15,4	19,5	+26,6%
Negro	6,0	5,9	-1,5%
Picaduras	0,8	0,9	+12,1%
<b>Total</b>	<b>22,1</b>	<b>26,2</b>	<b>+18,5%</b>

## MARCAS PRINCIPALES (bn unidades)

Fortuna	5,1	6,2	+23,0%
Gauloises Blondes	4,2	5,1	+21,8%
<b>Rubio</b>	<b>9,3</b>	<b>11,3</b>	<b>+21,5%</b>
Ducados	3,1	2,5	-18,3%
Gauloises Brunes	1,6	1,2	-27,7%
<b>Negro</b>	<b>4,7</b>	<b>3,7</b>	<b>-21,3%</b>

31/03/03 31/03/04 Var. %

## VENTAS POR MERCADOS (bn unidades)

España	9,2	10,2	+11,2%
Francia	5,3	4,2	-21,0%
Alemania	1,5	1,6	+5,7%
Marruecos	-	3,0	n.s.
Polonia	2,0	1,5	-22,8%
Otros países europeos	1,9	1,9	+0,3%
Otros países	2,1	3,8	+74,6%
<b>Total</b>	<b>22,1</b>	<b>26,2</b>	<b>+18,5%</b>

## VENTAS POR MERCADOS (€mn)

España	153	181	+17,8%
Francia	127	103	-18,8%
Alemania	33	36	+9,4%
Marruecos	-	34	n.s.
Polonia	14	10	-25,4%
Otros países europeos	35	37	+5,1%
Otros países	28	48	+68,4%
Otras ventas	17	19	+6,0%
<b>Total</b>	<b>407</b>	<b>468</b>	<b>+15,2%</b>

# Mercados totales de cigarrillos español, francés, alemán y marroquí: evoluciones diferentes

(Volumen en bn unidades, valor en €mn)

31/03/03 31/03/04 Var. %

## MERCADO TOTAL ESPAÑOL

Volumen	Rubio	17,1	17,9	4,8%
	Negro	4,0	3,6	-11,1%
<b>Total</b>		<b>21,1</b>	<b>21,5</b>	<b>+1,8%</b>
Valor	Rubio	344	363	+5,7%
	Negro	56	58	+4,1%
	<b>Total</b>	<b>400</b>	<b>421</b>	<b>+5,5%</b>

## MERCADO TOTAL MARROQUÍ

Volumen	Rubio	2,0	2,2	+13,6%
	Negro	1,5	1,3	-17,8%
<b>Total</b>		<b>3,5</b>	<b>3,5</b>	<b>-0,1%</b>
Valor	Rubio	45	53	+17,7%
	Negro	10	10	-1,3%
	Picaduras	1	1	+16,4%
	<b>Total</b>	<b>56</b>	<b>64</b>	<b>+14,1%</b>

31/03/03 31/03/04 Var. %

## MERCADO TOTAL FRANCÉS

Volumen	Rubio	14,5	11,3	-22,4%
	Negro	2,1	1,5	-29,3%
Picaduras		1,6	1,9	+20,8%
<b>Total</b>		<b>18,2</b>	<b>14,7</b>	<b>-19,5%</b>
Valor	Rubio	407	302	-25,7%
	Negro	54	37	-31,4%
	Picaduras	32	39	+20,9%
	<b>Total</b>	<b>493</b>	<b>378</b>	<b>-23,3%</b>

## MERCADO TOTAL ALEMÁN

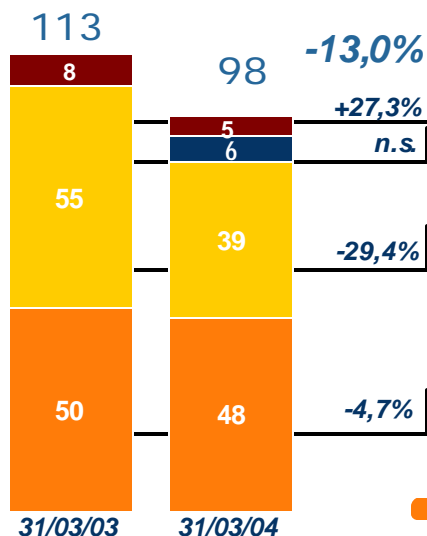
Volumen total	31,3	29,5	-6,0%
---------------	------	------	-------

Nota: Datos en valor no incluyen la tarifa de distribución. Las ventas de picaduras en España y Marruecos y de negro en Alemania no son significativas

# Ventas de cigarrillos negros y picaduras

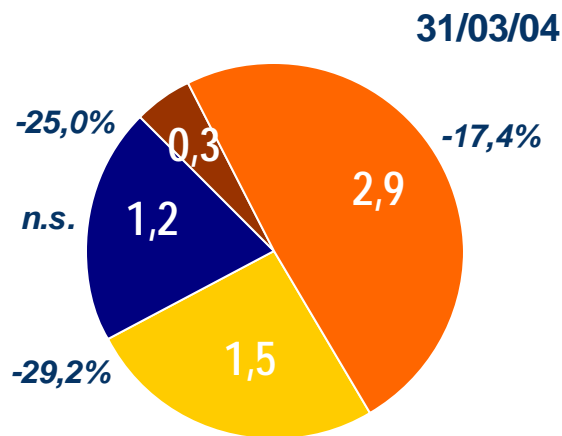
Cigarrillos negros

Valor (€mn) y Variación

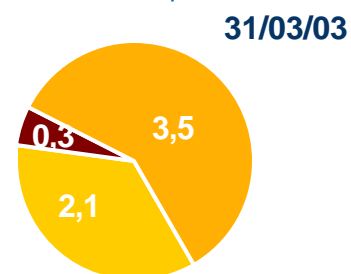


Volumen (bn unidades) y Variación

Total: 5,9 (-1,5%)



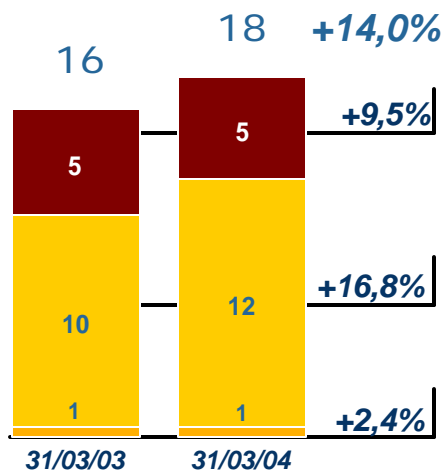
Total: 6,0



■ España 
 ■ Francia 
 ■ RTM 
 ■ Internacional

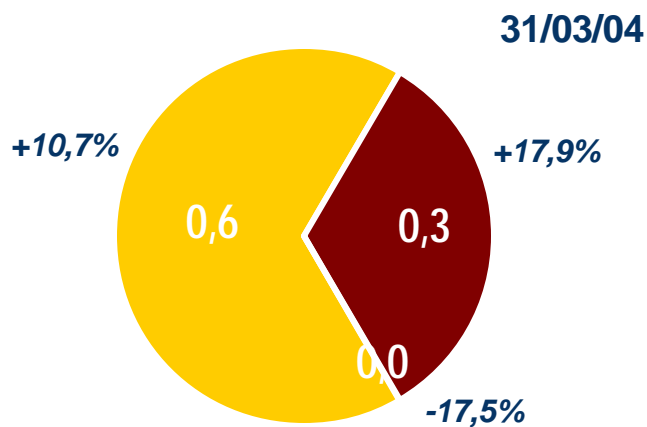
Picaduras

Valor (€mn) y Variación

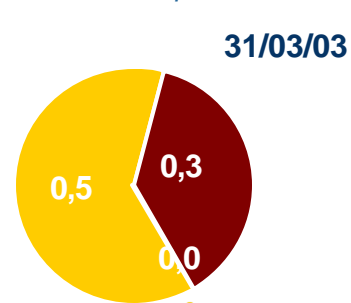


Volumen (bn unidades) y Variación

Total: 0,9 (+12,1%)



Total: 0,8



# Gauloises Blondes y Fortuna en Europa Occidental: 7,8 billones de unidades y creciendo

## GAULOISES BLONDES

3,2 bn unidades (-2,8%)

€71mn (-1,7%)

Cuota de mercado 3,1%\*

## FORTUNA

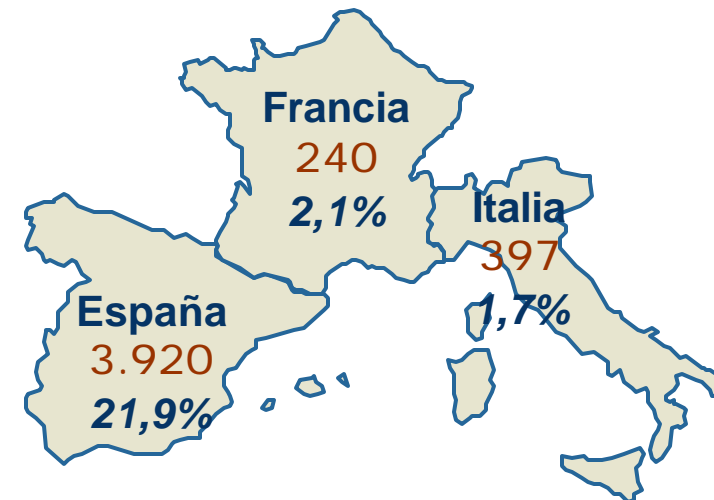
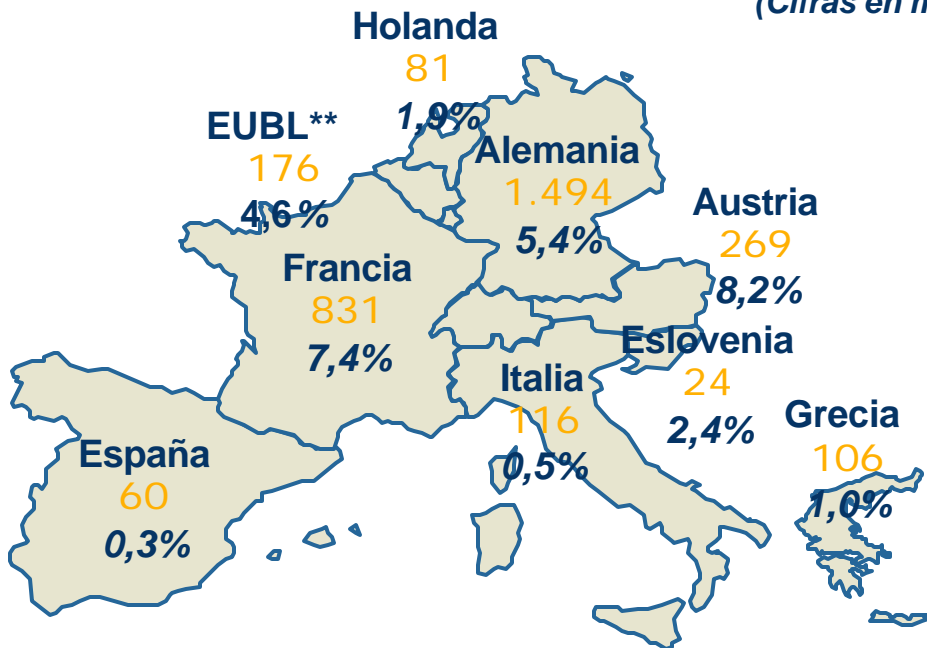
4,6 bn unidades (+4,0%)

€82mn (+4,3%)

Cuota de mercado 4,4%\*

### T1'04

(Cifras en millones de unidades)

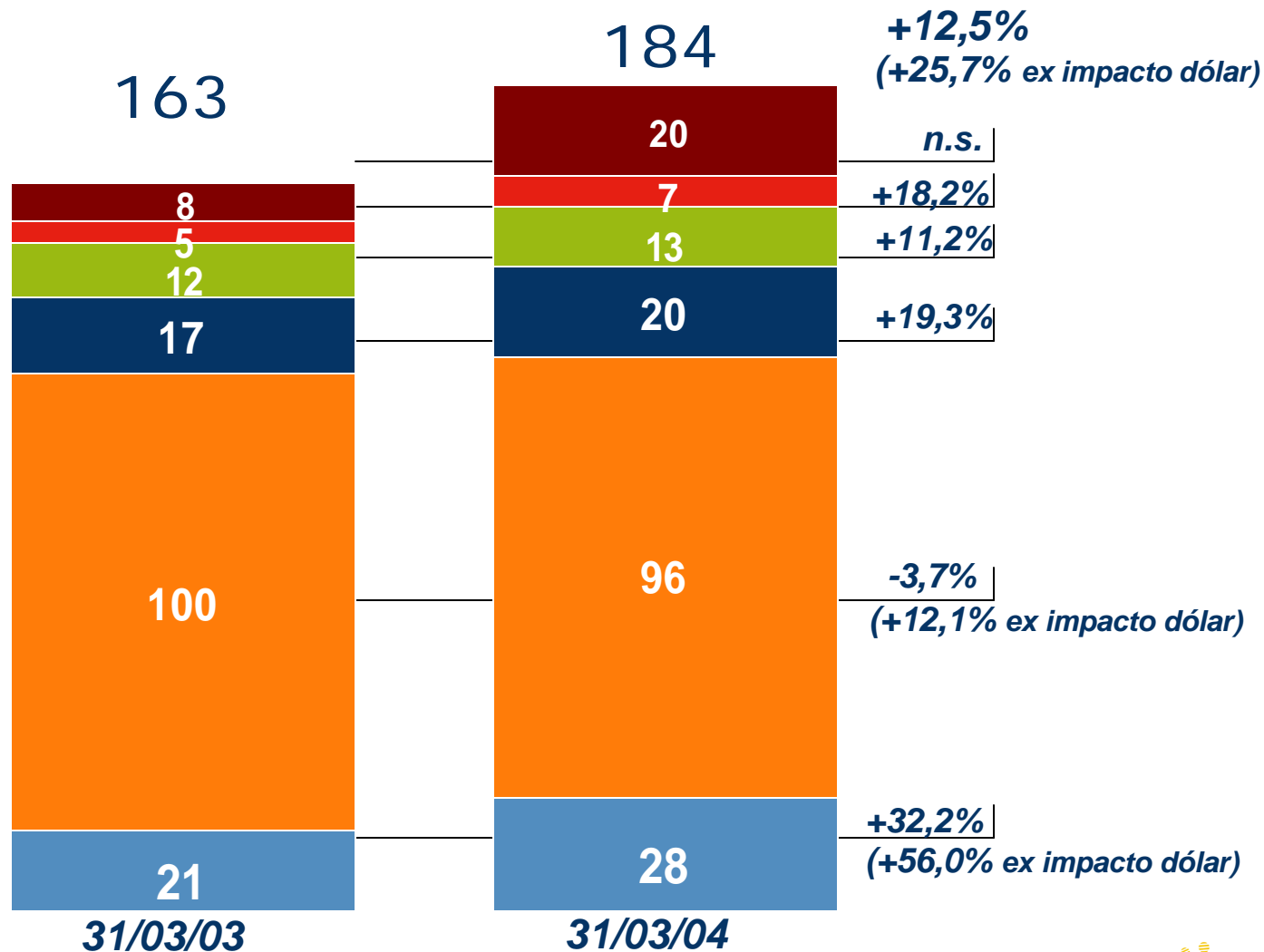


\* Cuota de mercado estimada para el perímetro reflejado en el mapa de Gauloises

\*\* Unión Económica de Bélgica y Luxemburgo

# Ventas de cigarrillos de Altadis por mercados: fuerte crecimiento del 25,7% excluyendo el impacto USD

## Valor (€mn) y Crecimiento



# El proyecto "pharma": lanzado en T1'04

## Un sector afín a la especialización de Altadis

- ✓ Altamente regulado
- ✓ Alto nivel de seguridad exigido
- ✓ Canal especializado y extendido
- ✓ 20.000 puntos de venta
- ✓ Alto PVP por unidad

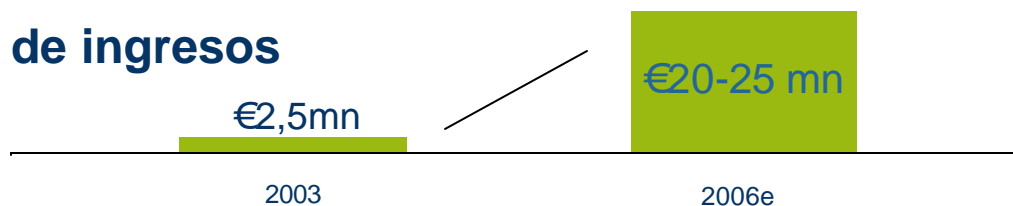
### Oportunidad de negocio: Subcontratación de las actividades logísticas de los laboratorios

- Las compañías adquiridas (Opelog e Integra 2 del Grupo Bural y Transportes Alameda) proporcionan acceso a las actividades farmacéuticas pre-mayoristas y de distribución.
- Inversiones en almacenes, sistemas y herramientas informáticas permitirán el desarrollo de la operación.

**Logista cuenta ya con la capacidad de obtener una cuota de mercado del 20-30% en 2006**

Nuevas oportunidades han sido ya identificadas: extenderse a la totalidad de la cadena de valor logística.

### Estimación de ingresos



**En el primer trimestre de 2004, Logista completó el lanzamiento de la mayor plataforma farmacéutica de España, con una extensión de 23.000 m<sup>2</sup> y capacidad de almacenaje para 17.000 palets, en Leganés (Madrid).**

# Normas internacionales de contabilidad (IFRS)

Obligatorias para Grupos cotizados desde el 1 de enero de 2005  
El conjunto de normas no está aún establecido en su totalidad

## Cuenta de resultados

**Nuevo formato:** Cuenta de resultados por destinos en el Informe Anual de 2004, por naturaleza en los anexos

### Principales efectos:

- |                                      |   |                          |
|--------------------------------------|---|--------------------------|
| ① Amortización del fondo de comercio | ➔ | Prueba de envilecimiento |
| ② Resultados extraordinarios         |   | Resultados ordinarios    |

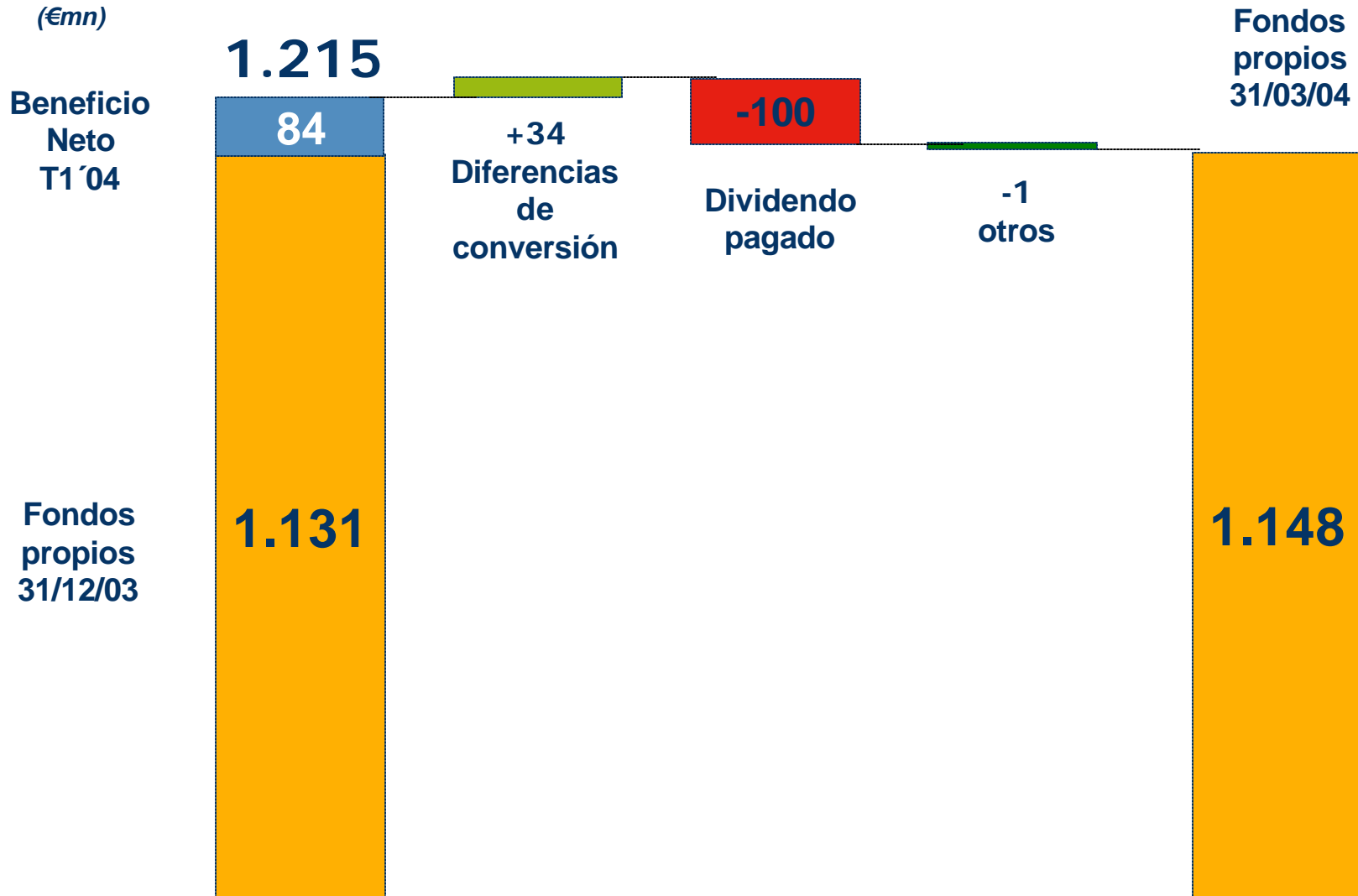
## Balance de situación

### Principales efectos :

- ① Las ventas a estanqueros en Francia serán reclasificadas desde activos financieros a inventarios
- ② Depreciación de activos
- ③ Se producirán algunas modificaciones en la clasificación de activos financieros, tesorería y equivalentes de tesorería

- ✓ OPORTUNIDAD UNICA PARA MEJORAR LA COMPARABILIDAD Y RESALTAR LOS RESULTADOS DE ALTADIS
  - ✓ DESARROLLO SEGÚN LO PREVISTO, ESTARÁ LISTO A TIEMPO
- ✓ IMPACTO MUY REDUCIDO EN LOS PRINCIPALES RATIOS DE RENTABILIDAD

# Fondos propios de € 1.148 mn por el pago del dividendo, la amortización de acciones y las diferencias de conversión



# Exposición anual limitada al tipo de cambio del dólar

*La mayor parte de las actividades de Altadis tienen la fabricación y la venta dentro de la misma zona monetaria*

## Actividad en la zona del euro

Exposición neta: USD - 85 mn

(compras netas, plazo de diferimiento > 12 meses)

## Actividad en la zona del dólar

Exposición neta: USD + 220 mn

(contribución al Ebitda del Grupo)

El impacto del dólar en la cuenta de resultados, aunque reducido, ha aumentado por el desarrollo de las ventas en USD

**ALTADIS ES LA ÚNICA COMPAÑÍA TABAQUERA  
QUE COTIZA EN EUROS**

# Escasas contingencias no recogidas en el balance

- *Equity swap* para el plan de opciones sobre acciones por € 173 millones
- Tipos de interés (*swaps*):
  - 1,97% para € 450 millones (2004)
  - Interés variable para € 500 millones (2003-2013)
  - Swaps a corto plazo (inferior a 3 meses) para cubrir la emisión de papel comercial
- Tipos de interés (*caps*):
  - 4,00% para € 250 millones (2003-2008)
  - 3,76% para € 200 millones (2003-2008)
- Tipos de cambio (*hedges*):
  - Futuro de venta de USD 265 millones a \$1,16/€ (2004)
  - Futuro de compra de USD 67 millones a \$1,17/€ (2004)
- Marruecos: opción de compra/venta para el 20% restante de *Régie des Tabacs* por aproximadamente € 323 mn en 2007/2008
- Otros:
  - Aval (*comfort letter*) por un crédito bancario concedido a Habanos por importe de € 130 millones, del cual el 50% ya está incluido en el balance de situación de Altadis
  - 800 JR CIGAR Inc.: para la participación restante, las partes han llegado a un acuerdo de opción de compra para el comprador y de venta para el vendedor, que podrán ser ejercidas una vez transcurridos cinco años. El precio de adquisición para este resto de acciones se establecerá en función de los resultados de la empresa en los últimos ocho trimestres previos al ejercicio de la opción de compra o de venta
  - Contrato de arrendamiento a largo plazo de oficinas centrales de París
  - La mayoría de los planes de pensiones son de aportaciones definidas

# El riesgo de litigios es limitado

## SITUACIÓN DE ALTADIS:

- Casos en curso: 8 demandas individuales + 1 de asociaciones de personas con laringectomía + Junta de Andalucía + CPAM Saint Nazaire
- 18 sentencias favorables, ninguna decisión desfavorable
- En la demanda de la Junta de Andalucía, el Tribunal de Primera Instancia ha dictaminado la necesidad de incluir al Estado en el proceso, por lo que éste deberá volver al Tribunal Contencioso-Administrativo. Se prevé que la Junta de Andalucía recurra esta decisión
- Las sentencias favorables son a menudo tajantes

## FACTORES CLAVE Y, CONCRETAMENTE, LA AUSENCIA DE:

- *Class actions*
- *punitive damages* (condenas ejemplarizantes)
- *cuota litis* (porcentaje de la condena)
- jurados populares

**distinguen de manera fundamental la legislación en Europa continental y EE.UU., lo que conduce a un tipo y nivel de riesgo totalmente diferente**

# Datos trimestrales

## VENTAS ECONÓMICAS

(€mn)

	T1	T2	T3	T4	2003	T1
<b>Cigarrillos</b>	406,5	472,9	415,2	426,1	<b>1.720,7</b>	<b>468,4</b>
<b>Cigarros</b>	163,2	193,1	193,8	212,2	<b>762,3</b>	<b>183,5</b>
<b>Logística</b>	192,7	201,5	199,7	201,3	<b>795,2</b>	<b>190,0</b>
<b>Otros y ajustes*</b>	-11,1	-25,6	95,5	48,4	<b>107,2</b>	<b>-41,6</b>
<b>Total</b>	<b>751,3</b>	<b>841,9</b>	<b>904,2</b>	<b>888,0</b>	<b>3.385,4</b>	<b>800,3</b>

## EBITDA

(€mn)

	T1	T2	T3	T4	2003	T1
<b>Cigarrillos</b>	142,4	169,2	149,4	146,8	<b>607,8</b>	<b>173,0</b>
<b>Cigarros</b>	36,6	46,0	52,0	42,6	<b>177,2</b>	<b>37,5</b>
<b>Logística</b>	54,2	58,7	62,0	57,3	<b>232,2</b>	<b>45,1</b>
<b>Otros y ajustes*</b>	-9,5	-8,3	54,0	24,6	<b>60,8</b>	<b>-22,7</b>
<b>Total</b>	<b>223,7</b>	<b>265,6</b>	<b>317,4</b>	<b>271,3</b>	<b>1.078,0</b>	<b>232,9</b>

\* RTM está incluida en "Otros y ajustes" en T3'03 y T4'03